



LE VRAI LUXE EN COSMÉTIQUE : REMIS(E) EN QUESTION

La cosmétique de luxe se paie au prix fort et se revendique exclusive. Mais l'est-elle vraiment ? La composition est souvent décevante au regard des prix et de l'image prestigieuse des produits. Et si le vrai luxe était ailleurs ?

Le Label Slow Cosmétique valorise des marques qui incarnent un savoir-faire local qui exploite la noblesse du végétal : un luxe à la fois respectueux et durable. Explications.

LA COSMÉTIQUE DE "LUXE" TIENT-ELLE SES PROMESSES ? UNE ANALYSE DU LABEL SLOW COSMÉTIQUE PENSE QUE NON.

L'Association Slow Cosmétique dénonce depuis 2013 le fossé gigantesque qui existe entre promesses marketing des produits de luxe, et réalité des formules.

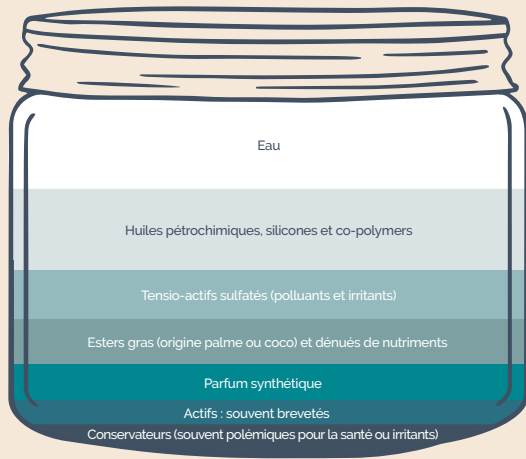
Analyse : sur 20 produits de "luxe" (segmentation prix et allégations) analysés par l'Association Slow Cosmétique, de 20 marques différentes, voici le constat dressé (1) :

- **Toutes les références analysées contiennent un ou plusieurs ingrédients pétrochimiques très peu nobles** (aucune exception parmi les 20 produits).
- Plus décevant encore, **17 produits sur 20 placent en tête de formule au moins 1 ingrédient pétrochimique et/ou plastique** (huiles pétrochimiques, alcools gras, polymères synthétiques et/ou silicones). Ces matières inertes et bon marché entrent donc dans la partie majoritaire (+70%) de ces formules.
- Enfin, d'un point de vue impact écologique et sanitaire, **18 références sur les 20 contiennent au moins 1 ingrédient polémique pour la santé ou l'environnement.**

Les produits de "luxe" sont-ils à la hauteur des attentes des consommateurs aujourd'hui ?



Que contient un cosmétique conventionnel ?



Lorsqu'on observe la composition d'un cosmétique segmenté "luxe", celle-ci correspond à la structure "classique" d'un cosmétique conventionnel.

Il y a certes toujours un ou plusieurs ingrédients "phares" plus nobles mais ils sont alors minoritaires dans la formule. **C'est très décevant** pour des produits marketés sur l'exclusivité et la notion d'excellence.

QUELS LEVIERS POUR SEGMENTER UN COSMÉTIQUE "LUXE" ?

Contrairement à ce qui se pratique au rayon alimentaire, la segmentation "luxe" en cosmétique n'a rien à voir avec la composition du produit. Elle n'est que le résultat d'un habillage 100% marketing.

Analyse : Les cosmétiques "premium" utilisent le marketing pour se démarquer et augmenter leurs marges. Les marques de luxe misent sur la création d'émotions, instillant un sentiment de valorisation et de privilège. L'Association Slow Cosmétique a identifié 6 leviers marketing récurrents.

- 01. Le storytelling :** l'histoire que se crée la marque. Elle doit être originale et inspirante pour créer un sentiment d'envie et d'appartenance.
- 02. Le rêve, l'exception :** véhiculés par l'usage abondant de superlatifs valorisants : "merveilleux", "extraordinaire", "miraculeux", "précieux"... et une mise en scène du produit avec des couleurs catégorisées "luxe" : or, argent, pourpre, noir et blanc...
- 03. La rareté :** suggérée via des actifs difficiles d'accès ou raffinés : plante rare, gelée royale, micro-algues, or, caviar, diamant...
- 04. Des packagings raffinés :** ils donnent l'impression d'acheter un produit d'exception. Designs luxueux voire sur mesure, gravures, dorures, suremballage... Le poids compte pour donner l'illusion du prix "justifié".
- 05. Le prix élevé :** plus le produit sera cher et plus le consommateur aura le sentiment d'avoir accès à quelque chose d'unique, de valoir "plus" puisqu'il peut s'offrir ce produit de luxe.
- 06. Des égéries célèbres :** pour donner l'illusion au client de devenir la star en se procurant le produit, qu'il peut posséder l'inaccessible.

Et pourtant, le prix d'un cosmétique est toujours construit sur la même logique, simplement les proportions dédiées au marketing augmentent pour le segment "premium", le plus souvent au détriment du budget de production.

Aujourd'hui, la cosmétique de luxe répond-t-elle aux attentes des consommateurs ?

De moins en moins ! La preuve en chiffres pour la France : "au cours des huit premiers mois de 2021, les ventes de produits de beauté sélective restent inférieures de 20% à leur niveau de 2019." (2) Les Françaises déclaraient d'ailleurs après le 1er confinement de 2020 vouloir privilégier plus de produits naturels (53%) et des cosmétiques maison ou issus de producteurs locaux (34%) (3). **Dorénavant, les consommateurs ont une vision du luxe plus exigeante, responsable et durable.** Heureusement, il existe déjà une cosmétique haut de gamme qui réunit ces critères.

QU'EST-CE QUI CONSTITUE LE VRAI LUXE AUJOURD'HUI ?

En cette fin 2021, la majorité des consommateurs ne veulent plus d'actifs stars noyés dans la pétrochimie (3), ce sont les ingrédients majoritaires qui doivent être naturels, nobles et bienfaits.

Le Label Slow Cosmétique pense que le vrai luxe ne réside pas dans la marque, le pack ou le storytelling. Il réside dans **la noblesse** d'ingrédients locaux et **le savoir-faire** artisanal.

L'exemple idéal valorisé par le Label Slow Cosmétique : **les soins à base d'huiles végétales vierges et d'eaux florales** fabriqués de façon éthique et gorgés de bons actifs. Ils rendent la formule vivante et les ingrédients principaux du produit sont ainsi utiles à la peau, et durables si labellisés Slow Cosmétique.

Il en va de même pour **les huiles essentielles** si délicatement obtenues. La variation des conditions de production et des récoltes confère également à tous ces ingrédients végétaux raffinement et singularité, notamment via la diversité des senteurs et couleurs. On parle ainsi parfois de "crus" ou de "millésimes" en cosmétique !

" Le luxe en beauté doit s'incarner dans tous les ingrédients et valoriser l'humain, plutôt que tout miser sur un marketing tapageur. "

- Julien Kalbeck
fondateur de la Slow Cosmétique



©Intimu

Pour obtenir ces matières premières de très grande qualité qui constituent la base de la plupart des produits labellisés Slow Cosmétique, l'autre facteur de luxe dans le produit doit être **le savoir-faire artisanal**, parfois transmis depuis des générations. Savonnerie à froid, récolte et distillation de plantes aromatiques, aroma parfumerie d'exception... Face à une industrie toute puissante et aux délocalisations ou sous-traitances multiples, la préservation de ces savoir-faire dans nos terroirs est la clé **d'une cosmétique à la fois humaine, originale et ancrée dans les patrimoines locaux**. C'est ce luxe là, et son aspect durable, équitable et sensé, que soutient le Label Slow Cosmétique depuis 2013.

[> POUR ALLER PLUS LOIN : voir 3 produits de luxe décryptés et leurs alternatives labellisés Slow Cosmétique ici.](#)



©Bioflore



©Abellio



©Indemne

LES 4 PILIERS DU LABEL SLOW COSMÉTIQUE

www.slow-cosmetique.org



Le LABEL Slow Cosmétique : défenseur d'un luxe naturel et sensé.

Les 4 piliers fondateurs du Label résonnent avec les tendances actuelles pour une cosmétique plus écologique, saine, intelligente et raisonnable. C'est le seul label cosmétique qui examine aussi bien les formules que le marketing d'une marque, ses allégations, son management, ses sourcings et process de production... Face à une cosmétique de "luxe" artificielle, le Label Slow Cosmétique invite à plus de sens dans nos salles de bains.

À l'automne 2021, le Label soutient déjà +250 artisans d'exception, regroupés pour la plupart sur la Marketplace collaborative Slow-cosmetique.com.

À PROPOS DE L'ASSOCIATION SLOW COSMÉTIQUE

L'Association Slow Cosmétique a été créée en 2012 pour proposer une alternative positive face aux abus marketing de la cosmétique. Les formules majoritairement pétrochimiques et inertes sont jugées décevantes au regard des allégations miraculeuses et des prix observés.

L'Association Slow Cosmétique rédige en 2013 une Charte basée sur 4 piliers, qui serviront de base à l'évaluation bénévole des marques cosmétiques par des consommateurs exigeants : le Label Slow Cosmétique. Ce label fédérateur rassemble toutes les tendances montantes ces dernières années : écologie, éthique, sens, simplicité (voire minimalisme), zéro déchet, artisanat, circuit court, entrepreneuriat humain et familial...



POUR EN SAVOIR PLUS

[Présentation du label ici](#)

[Site web](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#)



CONTACT PRESSE

Constance Sycinski

E-mail : association@slow-cosmetique.org

Tel : +33 675 433 465

Sources

- (1) Analyse de l'Association Slow Cosmétique de 20 produits de luxe, septembre 2021. Méthodologie et analyse détaillée disponibles sur demande.
- (2) Rapport The NPD Group cité par Premium Beauty News le 05/10/2021.
- (3) Enquête IFOP pour le label Slow Cosmétique, juin 2020.